

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Tuhan YME yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada peneliti, sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal ini dengan judul: Pengaruh Viral Marketing, Celebrity Endorser dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Shampo Clear.

Skripsi ini ditulis dalam rangka memenuhi sebagian persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Progam Studi Manajemen di Universitas Mercu Buana Jakarta. Penulis menyadari bahwa Skripsi ini dapat diselesaikan berkat dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis menyampaikan terimakasih kepada semua pihak yang secara langsung maupun tidak langsung memberikan kontribusi dalam penyelesaian karya ilmiah ini. Secara khusus pada kesempatan ini penulis menyampaikan terimakasih kepada Bapak Dudi Permana, MM., Ph.D sebagai dosen pembimbing yang telah membimbing dan mengarahkan penulis selama penyusunan Skripsi ini dari awal hingga Skripsi ini dapat diselesaikan. Oleh karena itu dalam kesempatan ini, penulis haturkan terima kasih kepada Tuhan YME yang telah mencurahkan anugerahnya dan pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan proposal ini terutama kepada:

1. Prof. Dr. Ngadino Surip, MS selaku Rektor Universitas Mercu Buana, Jakarta

2. Dr. Harnoviansah, Ak., M.Si, CA., CIPSAS., CMA., CSRS selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana, Jakarta
3. Bapak Dudi Permana, MM., Ph.D selaku Ketua Program Studi Manajemen S1 Universitas Mercu Buana.
4. Ibu Ryani Dhyan Parashakti, SE., MM selaku Sekretaris I Program Studi S1 Manajemen Universitas Mercu Buana.
5. Kedua orang tua tercinta dan keluarga saya yang telah memberikan semangat, doa dan dukungan moral dan material yang tiada henti-hentinya kepada penulis serta memberi semangat dan memberikan banyak inspirasi dalam menyelesaikan skripsi ini, dan juga teman terdekat penulis Yulius Yulianto yang sudah menemani penulis berjuang mengerjakan skripsi ini.
6. Kepada sahabat- sahabat seperjuangan penulis selama kuliah, Sandra Fanisa, Bahtiar dari kita ospek hingga sekarang selalu kompak, selalu menyayangi, dan memberikan semangat kepada penulis dalam hal perkuliahan.
7. Seluruh Dosen, Staf Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah memberikan segenap ilmunya.
8. Keluarga PT Unilever atas izinnya penulis berkesempatan untuk melakukan penelitian.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna dikarenakan terbatasnya pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki penulis. Oleh

karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahwa kritik yang membangun dari berbagai pihak. Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya. Akhir kata dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, penulis mohon maaf apabila ada kesalahan dan kelemahan dalam skripsi ini.

Jakarta, 1 Agustus 2019

Natasya Ramadhan
NIM: 43114120089



UNIVERSITAS
MERCU BUANA